Т. Я. Олексин,
Тернопільський національний економічний університет

ПОГЛИБЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТА МОНЕТИЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В УКРАЇНІ

T. Oleksyn, Ternopil National Economic University

DEEPENING OF THE SOCIAL MEDIA INFORMATIZATION AND MONETIZATION PROCESSES IN UKRAINE

У статті досліджені проблеми та перспективи поглиблення процесів інформатизації та монетизації вітчизняного сектору соціальних медіа. Запропоновано шляхи вирішення виявлених проблем та усунення існуючих перешкод поглиблення інформатизаційних та монетизаційних процесів.

The article explores the problems and prospects for deepening the informatization and monetization processes in the domestic social media sector. Solutions to the identified problems were proposed and ways for eliminating existing barriers were discussed.

Ключові слова: соціальні медіа, соціальні мережі, вітчизняний сектор соціальних медіа, соціальні онлайн ігри, віртуальні товари, інформатизація, монетизація.

І. ВСТУП

Соціальні медіа є інформаційною категорією, продуктом, що виник у глобальному середовищі сучасного інформаційного суспільства. Тому, на думку автора, поглиблення процесів інформатизації та монетизації соціальних медіа не можливе без вирішення актуальних проблем інформаційного суспільства в Україні.

ІІ. АНАЛІЗ ОСТАННХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПОСТАНОВКА ЗАДАННЯ

Проблема перебігу інформатизаційних та частково монетизаційних процесів інформаційного суспільства в Україні була розглянута у працях вітчизняних науковців Г. Вишлинського, О. Дубаса, Д. Дубова, С. Гнатюка, Л. Забродської, Д. Лисюка, М. Ожевана та інших.

Метою даної публікації є виявлення проблем, що уповільнюють перебіг інформатизаційних та монетизаційних процесів та визначення шляхів їх усунення.

ІІІ. ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Приналежність соціальних медіа до інформаційного середовища та, власне, інформаційно-комунікаційна природа даного феномену дозволяє зробити висновок, що підвищення ефективності процесу монетизації є неможливим без вирішення нагальних проблем інформаційного суспільства в Україні. Якщо абстрагуватись до базового рівня здійснення монетизації, стає зрозумілим, що у даному процесі монетизації беруть участь дві сторони: користувачі соціальних медіа, тобто потенційні споживачі, та користувачі, що формують контент, за допомогою якого відбувається монетизація (продавці). Фактично, можна розглядати соціальні платформи як віртуальну аналогію ринку – місця, де перетинаються попит та пропозиція. Відповідно до існуючих контрагентів процесу монетизації

(споживачів та продавців) та наявних каналів монетизації, автор бачить можливість збільшення ефективності даного процесу у наступному:

- збільшення кількості потенційних споживачів;

- збільшення кількості потенційних продавців;

- оптимізація каналів монетизації.

Збільшення кількості потенційних споживачів, тобто користувачів соціальних медіа на практиці зводиться до поглиблення інформатизаційних процесів – до збільшення частки користувачів мережі Інтернет та до формування особливого типу „цифрової" свідомості, коли інформаційна складова стає невід'ємною частиною життя суспільства. Базою для здійснення комунікацій, обміну та поширення інформації, що складають основу інтеракцій у соціальних медіа, є власне засоби комунікації – персональні комп'ютери, смартфони, планшети, комунікатори тощо, та мережа Інтернет. Звідси випливають дві наступні проблеми:

- технічне забезпечення користувачів доступом до мережі Інтернет (кількість комп'ютерів на одного Інтернет-користувача, наявні можливості доступу до мережі - широкосмуговий, мобільний, аналоговий тощо);

- залучення інформаційно „неактивної" частки населення;

Як зазначено у аналітичній доповіді „Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості", дослідженням української Інтернет-аудиторії до 2009 р. займалася низка компаній, кожна з яких використовує свої методики підрахунку, тому існуючі дані мають значну розбіжність – від 5,4 млн. користувачів у TNS до 9,6 млн. у InMind (2009 р.) [1, с. 16]. За даними Держкомзв'язку, чисельність Інтернет-аудиторії в Україні налічувала на початок 2010 р. понад 15,3 млн. користувачів [2]. Навіть беручи до уваги найбільш „оптимістичні" результати досліджень української Інтернет-аудиторії, всього лише третина населення є активними користувачами мережі, тобто 3\4 населення країни – 30 млн. чол. є в перспективі потенційними користувачами.

Найбільш поширеним шляхом доступу до всесвітньої мережі є широкосмуговий доступ, рівень якого в Україні є досить низьким. Частка проникнення такого виду доступу в Україні на початок 2010 р., згідно з даними дослідження Міжнародного інституту електрозв'язку, складає всього лише 4,1%, тоді як середньосвітовий показник становить 7,0 % [3]. За цим показником Україна відстає не лише від країн СНГ (Росія - 9,16 %, Білорусі - 11,34 %), а й від більшості країн третього світу [3]. Тобто, сьогодні існує певне відставання України від середньосвітового рівня перебігу інформатизаційних процесів.

Водночас відбувається швидке формування масової Інтернет-аудиторії, характеристикою якої є збільшення частки користувачів соціальних медіа. Згідно з даними дослідження, здійсненого міжнародною консалтинг-компанією J'son & Partners Consulting, Україна є світовим лідером за темпами збільшення аудиторії соціальних медіа: при чисельності приблизно в 6 млн. осіб у 2009 р. її щорічний приріст складає близько 30 % [4]. Дослідження, здійснене компанією Miniwatts Marketing Group, встановило, що на 2009 р. Україна посідає п'яте місце у світі по кількості зареєстрованих профілів у блозі Livejournal.com [5]. Фактично, сьогодні відбувається диверсифікація вітчизняної аудиторії, формування нових, інтерактивних моделей інформаційного споживання та комунікації.

В той же час, рівень забезпечення потенційних користувачів доступом до мережі, необхідною кількістю „точок" доступу (ПК) є досить низьким. Не зважаючи на те, що обсяг ринку ПК, згідно з дослідженням аналітичної компанії IDC, збільшився в 2010 р. в 1,8 раз, тобто до 2,39 мільйона одиниць [6, с. 23], у середньому по Україні 1 комп'ютер використовують 2,6 Інтернет-користувачі [7]. На нашу думку, вирішення даної проблеми зводиться до розбудови та покращення вітчизняної цифрової телекомунікаційної інфраструктури, збільшення темпів комп'ютеризації країни. Хоча обидва пункти згадуються у аналітичній доповіді „Про стан інформатизації та розвиток інформаційного суспільства в Україні за 2011 рік", проте їх виконання не значиться як приоритетне. Загалом, описані проблеми є проблемами інфраструктури, яка є базовим фундаментом для інформатизації суспільства.

Проблема формування „цифрової" свідомості є більш комплексною, ніж може здатись на перший погляд, оскільки її вирішення вимагає не тільки забезпечення населення певним рівнем доступу до ІКТ, але й формування „інформаційного" попиту, що спонукатиме до здійснення інтеракцій в сучасному інформаційному суспільстві. Поза межами важливих суспільних процесів сьогодні залишається досить значна частина населення – люди старшого віку, кількість яких в Україні сягає 13,7 млн. осіб. Як зазначено в аналітичній доповіді „Інформаційне суспільство в Україні", всього лише 3 % від загальної кількості користувачів мережі Інтернет становлять особи старше 60 років [1, с. 29]. Швидке поширення ІКТ може призвести до того, що люди, які не знайомі з сучасними технологіями та не використовують переваги ІКТ, можуть залишитись поза бортом прогресу. Фактично, необхідно не допустити утворення "цифрового розриву" в середині країни, на локальному рівні. Низка розвинутих країн, зокрема Німеччина, вирішували дану проблему за допомогою створення та запровадження національних програм розвитку, що були націлені на ознайомлення неактивної частки населення (люди старшого віку, пенсіонери) з технологіями ІКТ та залучення до їхнього використання [8, с. 21]. Зокрема, Федеративний уряд в рамках програми "Інтернет для всіх" провів ряд акцій для пришвидшення поширення доступу до Інтернету серед населення. Акції були спрямовані, передусім, на людей, що взагалі не стикались із Інтернетом. В рамках програми були реалізовані наступні кроки [8, с. 21-22]:

1) інформаційне ознайомлення дітей віком від 6 до 12 років з можливостями ІКТ;

2) інформаційна популяризація - друк та поширення брошур, інформаційних бюлетенів, листівок з інформацією щодо переваг використання Інтернету та інших ІКТ;

3) ознайомлення людей старшого віку, жінок, дітей, підлітків з Інтернетом, як джерелом інформації, подальшої освіти;

4) інтеграція у інформаційне середовище людей, що проживають у сільській, віддаленій місцевості. В близько 60 церковних спільнотах були проведені так звані "дні Інтернету".

На нашу думку, формування інформаційно „свідомого" прошарку населення України можливе лише за умов створення та виконання аналогічної програми, при розробці якої необхідно враховувати особливості національної Інтернет-аудиторії. Всього лише 36% користувачів віком від 15 років, зосереджені у селах та невеликих містах (до 50 тис. жителів), хоча у цій категорії населених пунктів проживає близько 50% громадян України. Більш ніж 25% користувачів (3,2 млн.) зосереджено в шести найбільших містах України. Віковий розподіл користувачів виглядає наступним чином: найбільша частка – 59% -

Інтернет-користувачі віком 15-29 років, 36% - 30-34 роки, 15% - 45-59 років – 15 %, та 3% - користувачі віком від 60 років [1, с. 17].

Таким чином, можна визначити найбільш приоритетні напрямки для формування адаптованої програми розвитку. Найбільш важливими нам видаються пункти про інформаційне ознайомлення дітей віком від 6 до 12 років з можливостями ІКТ, оскільки даний крок дозволить в довгостроковій перспективі підготувати необхідну базу для формування повноцінних „цифрових" громадян, що будуть знайомі із перевагами та можливостями використання ІКТ та пункт про залучення інформаційно неактивної частки населення, зокрема людей старшого віку, оскільки вони складають суттєву частку українського суспільства та водночас найменш активну частку Інтернет-користувачів. Дані заходи спрямовані, перш за все, на підвищення інформаційної та комп'ютерної „грамотності" та на поінформування населення про можливості застосування ІКТ. Загалом, збільшення частки користувачів мережі Інтернет під впливом існуючого загальносвітового тренду поширення соціальних медіа дозволить збільшити кількість потенційних споживачів у соціальних медіа, що, в свою чергу, може мати позитивний вплив на процес монетизації.

Не менш важливим є збільшення кількості потенційних продавців, тобто тих контрагентів соціальних медіа, що створюють новий інформаційний контент. Проте, оскільки усі користувачі виступають у ролі виробника контенту в силу організаційних та функціональних особливостей соціальних медіа, необхідним є конкретизувати вжите автором визначення „продавця". Сюди автор відносить користувачів соціальних медіа - працівників підприємств, організацій, фірм, інших комерційних та некомерційних установ, що безпосередньо формують інформаційний контент, який пов'язаний із діяльністю організації\підприємства та спрямований на покращення одного із аспектів її функціонування. Тобто „продавцями" в нашому розумінні є кваліфіковані працівники, менеджери соціальних медіа, які здійснюють безпосередній менеджмент представлення підприємства\організації\бренду у соціальних медіа. Існує також менш „активна" частка продавців – середньостатистичний користувач соцмедіа, що власною комунікацією (відгуками, позитивними згадуваннями, рекомендаціями) сприяє поширенню інформації про діяльність підприємства чи організації. Тісна інтеграція соціальних медіа призвела до виникнення попиту на висококваліфікованих працівників, які добре знайомі зі специфікою менеджменту соцмедіа та вміють ефективно використовувати наявні інструменти для досягнення поставленої мети.

Сьогодні існує значний дефіцит таких працівників, а існуючі реалії освітньої системи в Україні дозволяють припустити, що даний дефіцит не буде нівельований найближчим часом. Таким чином, одним із центральних завдань формування вітчизняного інформаційного суспільства, на нашу думку, є адаптація системи освіти до змінених суспільних, культурних та особистих вимог. Проблема є навіть більш масштабною, оскільки важливими є не тільки навички використання ІКТ, але й загальна комп'ютерна грамотність. Дослідження, здійснене International Data Corporation вказує, що набуття електронних навичок (навички практики у сфері ІКТ, навички користування ІКТ, електронні ділові навички - E-business skills, так звані електронні лідерські навички) є передумовою для успіху в роботі, незалежно від країни, галузі промисловості чи функції, що покладена на організацію [6, с. 16]. На необхідність володіння базовими навичками ІКТ наголошує вітчизняний науковець О. Дубас. Дубас зазначає, що інформаційне суспільство призводить до формування соціального інтелекту, який реалізується через інформаційне поле, утворене засобами масової інформації та комунікації. Разом з тим формується нова соціальна верства, основу якої складають

фахівці, що володіють навичками роботи та використання ІКТ, комп'ютерними технологіями [9, с. 3].

Вирішення проблеми комп'ютерної грамотності трактує необхідність якісних змін у вітчизняній системі освіти на усіх її рівнях. Беручи до уваги процеси трансформації вітчизняного суспільства, інформатизація освіти в нинішніх умовах є необхідною складовою системи освіти. В той же час, суттєвою проблемою галузі освіти є матеріально-технічне забезпечення навчальних закладів, особливо шкіл [6, с. 15]. Дані Держкомстату свідчать про те, що на початок 2011 р. кількість закладів, що мали навчальний кабінет з інформатики та обчислювальної техніки, склала 14,9 тис. при загальній кількості 20,6 тис. Підключення до мережі Інтернет мають лише 11,5 тис. навчальних закладів зазначеної категорії, тобто всього лише половина усіх навчальних закладів.

За результатами дослідження 2010 року компанії Майкрософт, в якому взяли участь 3864 українських педагогів, 83% респондентів вважають недостатню кількість комп'ютерів головною перешкодою на шляху поширення інформаційних технологій у навчальному процесі, хоча офіційна статистика говорить про понад 93% комп'ютеризацію українських шкіл (сільські школи - 97,8%, школи у містах – 93,4%.) [10]. При цьому на початку 2010/2011 навчального року в Україні на 1 персональний комп'ютер приходилось 28 учнів загальноосвітніх навчальних закладів. Для порівняння, в Європі та США в середньому аналогічний показник становить 5-7 учнів на 1 ПК.

Наведені показники комп'ютеризації та поширення доступу до мережі Інтернет у загальноосвітніх навчальних закладах у порівнянні з 2010 р. продемонстрували невелике збільшення [6, с. 15], проте загалом проблема все ще існує. На думку автора, інформатизація повинна бути пов'язана не тільки із забезпеченням навчальних закладів засобами обчислювальної техніки та підключенням до мережі Інтернет. Її слід розглядати як цілеспрямований процес зміни методів та організаційних форм навчання, оскільки сьогодні спостерігається тенденція переходу від навчання в умовах обмеженого доступу до навчальної інформації до освіти з необмеженим доступом усіх учасників навчального процесу до навчальних матеріалів, засобів навчальної діяльності. Вітчизняний науковець Л. Забродська зазначає, що інформатизація науки, освіти та культури є одним із основних напрямів інформатизації суспільства і головна умова, що визначає розвиток цих областей. Забродська розглядає ІКТ, телекомунікаційні мережі, бази і банки даних та знань, системи інформаційно-аналітичних центрів різного рівня, науково-дослідні установи та системи підготовки висококваліфікованих фахівців як необхідні складові національної освітньої інформаційної інфраструктури та вважає їх основними чинниками, що здатні забезпечити економічний розвиток суспільства [11, с. 7].

Знову ж таки, проблема інформатизації системи освіти поставала також перед розвинутими країнами, що проходили аналогічні етапи розбудови інформаційного суспільства. Практично в кожній урядовій програмі значився пункт про адаптацію системи освіти, оновлення та модернізацію освітніх закладів [8, с. 23]. Важливу роль у розгортанні процесів інформатизації відіграють загальнонаціональні програми, що реалізовувались і реалізуються в системі освіти. Це перш за все: Національна програма інформатизації [12], Програма «Інформаційні та комунікаційні технології в освіті і науці на 2006 – 2010 роки» [12], Програма інформатизації та комп'ютеризації професійно-технічних навчальних закладів на 2004 – 2007 роки [13] та ін.

Узагальнюючи, можна запропонувати наступні кроки для вирішення даної проблеми:

- розвиток та запровадження навчального програмного забезпечення для загальноосвітніх шкіл та вищих навчальних закладів;

- створення нових форм навчання за допомогою мережі Інтернет та само організованого навчання;

- модернізація навчальних закладів, оновлення існуючого обладнання, використання нових стандартів та нових технологій (безпровідні мережі);

- підключення шкіл до мережі Інтернет, супровід та допомога при організації власних ІТ-проектів;

- адаптація існуючих навчальних програм та методик з урахуванням особливостей використання ІКТ;

- інформаційно-технічна кваліфікація освітніх кадрів;

- розробка дидактичних та методичних концепцій застосування нових інструментів у навчальному процесі.

Системний підхід та комплексне виконання запропонованих кроків дозволить створити необхідне середовище для пришвидшення формування інформаційного суспільства в Україні. В довгостроковій перспективі, інформатизація системи освіти, підвищення рівня інформаційної грамотності, збільшення частки висококваліфікованих кадрів в сфері ІКТ дозволить збільшити кількість потенційних продавців у соціальних медіа, що, в свою чергу, матиме позитивний вплив на процес монетизації.

Вирішення даних проблем – збільшення кількості потенційних споживачів та потенційних покупців дозволить підвищити ефективність реклами як основного каналу монетизації у вітчизняному інформаційному просторі, оскільки зростання рівня загальної комп'ютерної грамотності та кваліфікації кадрів в сфері ІКТ неодмінно призведе до більш ефективного використання наявних інформаційних інструментів як на глобальному рівні – загалом в мережі Інтернет, так і на локальному – в середині кожної окремої соціальної платформи.

Інший важливий канал монетизації – монетизація за допомогою продажу віртуальних товарів в онлайн іграх, в силу різних обставин вкрай рідко використовуються вітчизняними підприємствами. Причиною цього є відсутність певної спеціалізації підприємства та необхідної інфраструктури для здійснення монетизації. Світовий ринок соціальних та браузерних онлайн-ігор є найбільшою платформою, де монетизації відбувається за допомогою віртуальних товарів та віртуальної валюти. Станом на 2011 р., українська частка аудиторії онлайн-ігор, як зазначає компанія Art4Art Entertainment, складає 2 млн. користувачів [14]. Фактично, аудиторія онлайн-ігор складає всього лише 14% від кількості Інтернет-користувачів країни. Найбільш популярними є ігри, доступні через соціальні мережі. Саме за рахунок цієї частки користувачів збільшується загальна кількість користувачів онлайн-ігор в Україні. Об'єм ринку онлайн-ігор аналітики оцінили в близько 30-35 млн. дол., при цьому лише 15% ринку належить українським компаніям [15]. В соціальній мережі ВКонтакте всього лише за один рік сформувався портфель з 3 тис. онлайн-ігор, в соцмережі Facebook наявні близько 10 тис. ігрових програм, а в Одноклассники.ru - 36 ігор [16]. Ринок онлайн-ігор є незаповненим, невелика кількість вітчизняних компаній, що діють в сфері виробництва та розповсюдження онлайн-ігор та незначна частка користувачів зменшують ефективність використання віртуальних товарів та віртуальної валюти в якості каналу монетизації. Відповідно, для вирішення проблеми

необхідним, на нашу думку, є збільшення кількості компаній-розробників онлайн-ігор, що, в свою чергу, вимагає збільшення кваліфікованих ІТ-спеціалістів та підвищення рівня їхньої кваліфікації. Згідно з результатами дослідження, здійсненого Міжнародним кадровим порталом hh.ua, саме ІТ-спеціалісти є найбільш дефіцитними на ринку праці України [6, с. 12]. Як зазначив голова державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації В. Семиноженко, лише 25% випускників ІТ-спеціальностей в Україні можуть знайти роботу, інші не відповідають вимогам роботодавців за рівнем кваліфікації [17]. Змінити дану ситуацію можна за умов виконання ціле напрямленої політики держави на підвищення пріоритету ІТ-спеціальностей в системі освіти, на підвищення якісних вимог до спеціальностей. Фактично, необхідним є створення законодавчої бази для усунення диспропорції у системі освіти.

На думку автора, вирішення кадрового питання для покращення стану вітчизняного ринку онлайн-ігор є лише одним із низки необхідних кроків для збільшення ефективності монетизації. Іншою проблемою є низький рівень інвестування діяльності, пов'язаної із ІКТ. Розробка та впровадження онлайн-ігор вимагає залучення значних коштів. Венчурний ринок в Україні, що є основним джерелом фінансових інвестицій у інформаційні технології в розвинутих країнах, знаходиться на початковій стадії свого розвитку як зазначає В. Кисіль [18]. Відповідно необхідним є створення умов, що стимулюватимуть розвиток венчурного бізнесу та мотивуватимуть інвестувати у сектор ІКТ, тобто створення сприятливого економічного середовища. Узагальнюючи, можна запропонувати базову схему збільшення ефективності процесів монетизації (рис. 1.):

Рис. 1. Схема оптимізації монетизаційних процесів в Україні

Джерело: складене автором на основі [6][7][8][12][13].

Формування конкурентно спроможного інформаційного середовища вимагає напрацювання довгострокового плану поступового вирішення нагальних проблем інформаційного суспільства в Україні. В аналітичній доповіді „Інформаційне суспільство

в Україні: глобальні виклики та національні можливості" як найбільш критичні зазначені наступні тенденції [1, с. 26-27]:

- значний дисбаланс між віковими та регіональними аудиторіями вітчизняного сегменту мережі Інтернет – висвітлена нами проблема формування „цифрової" свідомості та залучення неактивної частки громадян;

- надзвичайно низький ступінь розвитку широкосмугового доступу до мережі Інтернет;

- відсутність необхідних нормативних документів, що є необхідним фундаментом формування інформаційного суспільства: „Інформаційний кодекс України", „Стратегія розбудови інформаційного суспільства", не створено „Національну систему індикаторів розвитку інформаційного суспільства".

Проблема нормативного регулювання, на більш глобальному рівні, негативно позначається на загальній динаміці вітчизняного інформаційного середовища. Відсутність чіткої ієрархії законів та єдиної системи правових норм поглиблюють існуючі негативні тенденції та унеможливлюють впорядкування інформаційних відносин в Україні. Основним документом, що визначає головні вектори та стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні є Закон України "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки" [19]. Проте, як зазначено в аналітичній доповіді, запропоновані в даному законі кроки, незважаючи на їхню важливість, є фрагментарними і чинна нормативно-правова база галузі залишиться неповною, неефективною й суперечливою [1, с. 12]. Відповідно, необхідним є напрацювання законодавчих норм, що регламентуватимуть та регулюватимуть інтеракції, які є типовими для інформаційного суспільства.

Закон України "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки" визначає одним із пріоритетів інформаційного розвитку України необхідність збільшення фінансування Національної програми інформатизації та включення до її складу всіх проектів інформатизації органів державної влади, що фінансуються за рахунок коштів Державного бюджету України [19]. Даний крок є необхідним, оскільки недостатньо ефективна фінансова та податкова політика України з приводу стимулювання інформаційного розвитку та інноваційної діяльності виробників ІКТ є однією з причин технологічного відставання України від інших країн світу. Обмежений обсяг фінансування бюджетної програми НПІ призводить до того, що стратегічні проекти інформатизації не виконуються в повному обсязі, а результати їх виконання не є ефективними в необхідному об'ємі. Більше того, можна спостерігати негативну тенденцію зменшення об'єму фінансування національних програм інформатизації. У 2009 – 2011 рр. заплановані обсяги фінансування „Національної програми інформатизації" у порівнянні з минулими роками були зменшені у 10 разів та склали у 2009 та 2010 рр. – 0,9 млн. грн. У 2011 р. відповідно обсяг фінансування НПІ становив 0,8 млн. грн. Як зазначено в аналітичній доповіді, динаміка виділення коштів державного бюджету на виконання робіт з інформатизації протягом останніх років свідчить, що загальний обсяг фінансування НПІ становить менше 0,05% від загального обсягу фінансування бюджетних програм органів державної влади з інформатизації [6, с. 11]. В той же час, одним із головних пріоритетів формування інформаційного суспільства уряд визначає інформатизацію органів державної влади [6, с. 7]. Як показує світовий досвід, даний крок є необхідним для створення повноцінного та конкурентоспроможного інформаційного середовища. Проте, на думку автора, доцільність даного вектору розвитку виникає лише тоді, коли ліквідовані інші, більш критичні перешкоди – низький рівень широкосмугового доступу до мережі, недоліки в системі освіти та низька якість

кваліфікованих кадрів. Виникає потреба в переосмисленні пріоритетів стратегії розбудови інформаційного суспільства для виокремлення найбільш вагомих та першочергових завдань. Беручи до уваги виявлені проблеми, можна запропонувати наступну схему їх вирішення (рис. 2):

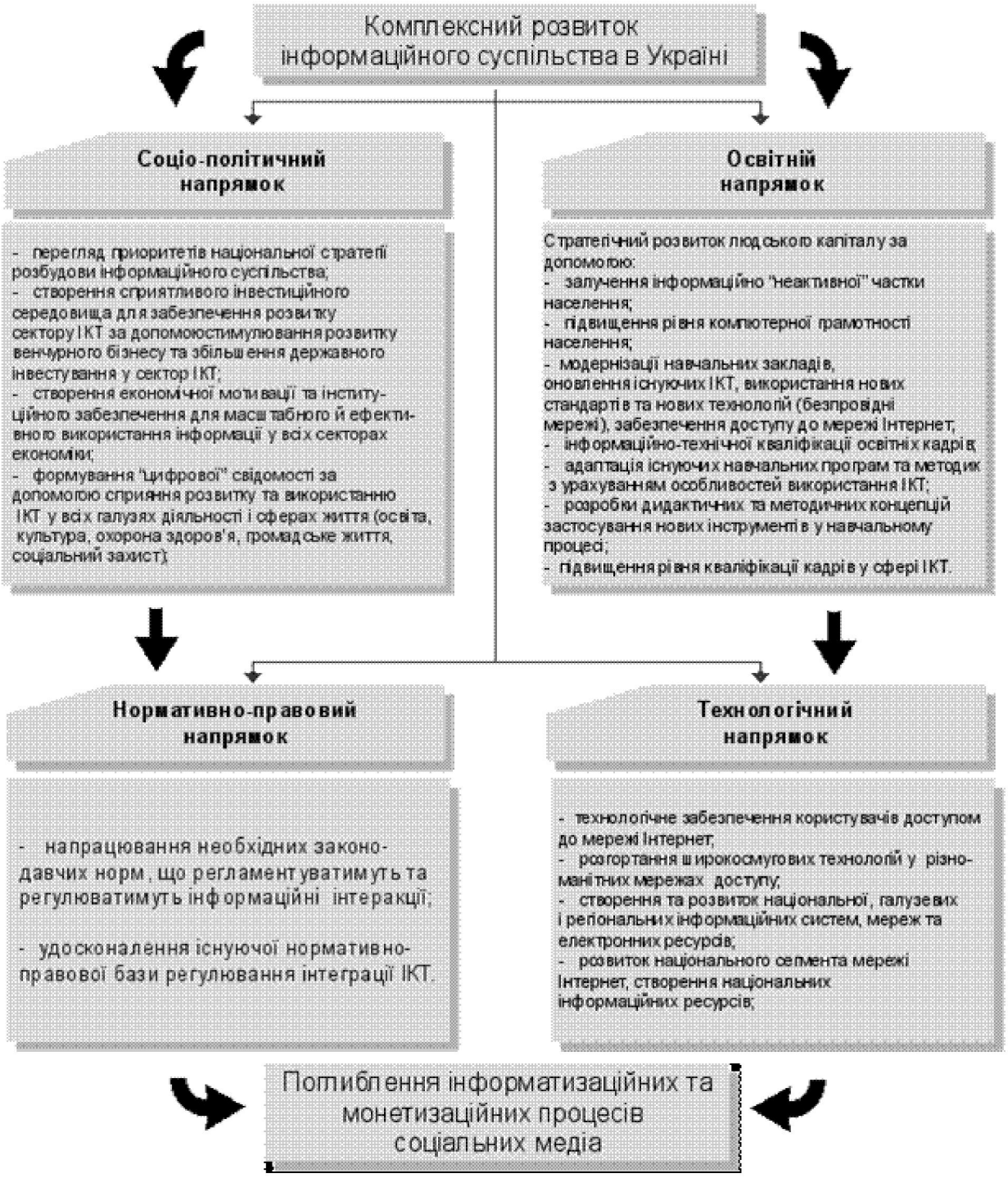

Рис. 2. Напрями забезпечення оптимізації процесів монетизації соціальних медіа в Україні
Джерело: складено автором

IV. ВИСНОВКИ

Наукова новизна одержаних результатів. Здійснення даного дослідження дало змогу визначити перешкоди на шляху формування інформаційного суспільства в Україні, проблеми поглиблення процесів інформатизації та монетизації та запропонувати шляхи їх вирішення.

Практична значущість дослідження. Основні положення і висновки публікації можуть бути застосовані для подальших досліджень проблем розвитку вітчизняного інформаційного суспільства, а також особливостей інформатизаційних та монетизаційних процесів вітчизняного сегменту соціальних медіа.

V. ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Дубов Д., Ожеван М., Гнатюк С. Аналітична доповідь „Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості". – 2011. – 29 с.

2. Державна адміністрація зв'язку Міністерства транспорту та зв'язку України. Інформація про стан галузі зв'язку в Україні за січень – вересень 2010 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.stc.gov.ua/uk/publish/article/63905;jsessionid=74272699CD5567EABC58176020654B1B (15.02.2012). - Назва з екрану.

3. International Telecommunication Union. The World in 2010. ICT: Facts and Figures. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.itu.int/ITU-D/ict/material/FactsFigures2010.pdf (15.02.2012). - Назва з екрану.

4. Социальные сети в странах СНГ развиваются активнее остального мира. 11 мая 2010, J'son & Partners Consulting. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rumetrika.rambler.ru/review/2/4327 (15.02.2012). - Назва з екрану.

5. Украина в Топ-10 по объему интернет-аудитории в Европе. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/18573/42/lang,ru/ (15.02.2012). - Назва з екрану.

6. Доповідь про стан інформатизації та розвиток інформаційного суспільства в Україні за 2011 рік . – Київ. – 2011. – 98 с.

7. Кабінет Міністрів України. Доповідь про стан та перспективи розвитку інформатизації та інформаційного суспільства в Україні за 2010 рік (проект). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dknii.gov.ua/index.php./uk/2010-09-14-09-33-59/2010-09-14-09-36-42 (15.02.2012). - Назва з екрану.

8. Informationsgesellschaft in Deutschland // Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie. – 2005. – 96 p.

9. Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті / О. П. Дубас // К. : Ґенеза. – 2004. – 208 с.

10. Середні навчальні заклади України [Електронний ресурс] // Всеукраїнський шкільний портал [сайт]. – Режим доступу : http://ed.net.ua/sch.html (15.02.2012). - Назва з екрану.

11. Забродська Л. М. Інформатизація закладу освіти: управлінський аспект / Л. М. Забродська // Вид. група "Основа". – 2003. – 240 с.

12. Закон України "Про Національну програму інформатизації" [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.mon.gov.ua/main.php?query=education/higher (15.02.2012). - Назва з екрану.

13. Постанова КМУ від 20 серпня 2003 р. № 1300 "Про затвердження Програми інформатизації та комп'ютеризації професійно-технічних навчальних закладів на 2004 – 2007 роки" [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.mon.gov.ua/laws/KMU_1300.doc (15.02.2012). - Назва з екрану.

14. Годовой оборот украинского рынка онлайн-игр оценивается в 35-40 млн. долл. [Електронний ресурс] // Компьютерное обозрение [сайт]. – Режим доступу: http://ko.com.ua/godovoj_oborot_ukrainskogo_rynka_onlajn-igr_ocenivaetsya_v_35-40_mln_doll_57293 (15.02.2012). - Назва з екрану

15. Объем рынка онлайн-игр в Украине составляет $30 млн. [Електронний ресурс] // RunOne [сайт]. – Режим доступу: http://www.netgate.kiev.ua/obem-rynka-onlajn-igr-v-ukraine-sostavlyaet-30-mln.html (15.02.2012). - Назва з екрану.

16. Два миллиона украинцев стали пользователями онлайн-игр [Електронний ресурс] // Electronic Sports [сайт]. – Режим доступу: http://esport.org/2-milliona-ukrainskiy-stali-polzovatelyami-onlayn-igr.html (15.02.2012). - Назва з екрану.

17. Выпускники украинских IT-вузов не соответствуют требованиям работодателей [Електронний ресурс] // Освіта.ua [сайт]. – Режим доступу: http://ru.osvita.ua/vnz/news/17768/ (15.02.2012). - Назва з екрану.

18. Кисіль В. Венчурний бізнес в Україні, його стан та характерні риси [Електронний ресурс] // РусНаука : [сайт]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65283.doc.htm (13.10.2011). - Назва з екрану.

19. Закон України "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=537-16 (15.02.2012). - Назва з екрану.